

В 2007 году аналитические продукты информационного агентства "INFOLine" были по достоинству оценены ведущими европейскими компаниями. Агентство "INFOLine" было принято в единую ассоциацию консалтинговых и маркетинговых агентств мира "ESOMAR". В соответствии с правилами ассоциации все продукты агентства "INFOLine" сертифицируются по общеевропейским стандартам, что гарантирует нашим клиентам получение качественного продукта и постпродажного обслуживания посредством проведения дополнительных консультаций по запросу заказчиков.



Исследование Интернет-магазины продуктов питания ритейлеров FMCG России Демо-версия



Содержание исследования

Об Исследовании "Интернет-магазины продуктов питания ритейлеров FMCG России".....	3
Динамика основных показателей розничной торговли и онлайн-торговли	5
Уровень проникновения интернета и динамика аудитории в РФ.....	6
Восприятие интернет-магазинов и онлайн-торговли потребителями.....	9
Сравнительный анализ интернет-магазинов сетей FMCG России.....	14
<i>Представленность и популярность интернет-магазинов по регионам присутствия.....</i>	<i>14</i>
<i>Ценовой анализ интернет-магазинов России.....</i>	<i>18</i>
Описание интернет-магазинов сетей FMCG.....	22
Приложение 1. Описание сети "Утконос"	31
Приложение 2. Правила продажи товаров дистанционным способом.....	34

Информация об агентстве "INFOLine"

Информационное агентство "INFOLine" было создано в 1999 году для оказания информационно-консалтинговых услуг коммерческим организациям. Осуществляет на постоянной основе информационную поддержку более 1000 компаний России и мира. Агентство "INFOLine" ежедневно проводит мониторинг публикаций в более чем 5000 СМИ и ведет аналитическую работу по 80 тематикам экономики РФ. Начиная с 2003 года "INFOLine" по заказу клиентов и по собственной инициативе проводит кабинетные исследования рынков. При подготовке маркетингового исследования специалисты агентства используют уникальное информационное обеспечение и опираются на многолетний опыт работы с новостными потоками. В анализе потребительских рынков и сетевой розничной торговли нам доверяют "Магнит", X5 Retail Group N.V., "Auchan", "О'Кей", "Лента", "Дикси", "Копейка", Billa, Pepsi, Danone, Fazer и многие другие.



Дополнительную информацию Вы можете получить на сайтах www.infoline.spb.ru и www.advis.ru



Об Исследовании " Интернет-магазины продуктов питания ритейлеров FMCG России"

В исследовании "Интернет-магазины продуктов питания ритейлеров FMCG России", рассмотрена ситуация на рынке интернет-торговли сетей FMCG России.

Исследование "Интернет-магазины продуктов питания ритейлеров FMCG России" включает следующие разделы:

- **Уровень проникновения интернета и динамика аудитории**, где описана ситуация на рынке интернет-ресурсов, приведены данные обеспеченности широкополосным доступом городов России, проанализирована динамика и состав потребительской аудитории, частота приобретения продуктов интернет-торговли, планы интернет-аудитории по приобретению продукции сети на перспективу.
- **Восприятие интернет-магазинов и интернет-торговли потребителями**, где представлена информация о товарах и услугах наиболее покупаемых через интернет, приведены данные исследований "РОМИР" по описанию преимуществ и недостатков интернет-торговли потребителями, анализ ситуации, в приложении к сектору FMCG, динамика потребительских предпочтений за 2008-2009 гг., проанализированы наиболее популярные потребителями интернет-ресурсы и динамика их популярности за 2008-2009 гг., представлены наиболее удобные формы оплаты и динамика доверия к ним за 2008-2009 гг.
- **Сравнительный анализ интернет-магазинов сетей FMCG**, где предоставлены данные опроса ИА "INFOLine" 352 сетей FMCG на наличие интернет-ресурсов, проанализирована региональная представленность интернет-ресурсов сетей FMCG России и ее сопоставление с обеспеченностью широкополосным доступом городов России, предоставлена информация по интернет-ресурсам, сетей FMCG, участвовавших в опросе, проанализирована популярность интернет-ресурсов и общая ситуация в сети по вопросу интернет-торговли рынка FMCG, произведен анализ цен на ключевые продукты в интернет-магазинах сетей FMCG и условия доставки товаров потребителю.
- **Описание интернет-магазинов сетей FMCG**, где подробно описана информация о выявленных в ходе исследования интернет-магазинах, предоставлены данные по регионам действия и времени работы интернет-магазинов, описаны условия заказа и доставки товаров, указаны ключевые показатели популярности интернет-ресурса в сети.
- **Приложение 1**, где представлено полное описание торговой сети "Утконос", включающее описание форматов и информацию по ним, динамика количества магазинов и торговых площадей, региональная представленность сети, описана логистика, финансовые показатели сети за 2005-2009 гг., информация о частных марках сети.
- **Приложение 2**, где представлены правила, регулирующие отношения продавца и покупателя при продаже товаров дистанционным способом, затрагивающая, в том числе, вопрос продажи алкоголя и табачной продукции.

В рамках подготовки исследования "Интернет-магазины продуктов питания ритейлеров FMCG России" специалисты ИА "INFOLine" использовали следующие источники информации:

- данные исследований "РОМИР", Фонда общественного мнения;
- данные ритейлеров, участвовавших в опросе, проводимом ИА "INFOLine".

Исследование "Интернет-магазины продуктов питания ритейлеров FMCG России" позволяет потребителю информационного продукта решить целый ряд задач, временные затраты на решение которых посредством использования собственных ресурсов (отдела маркетинга розничной торговой сети или отдела продаж компании производителя или дистрибьютора) или финансовые (в случае приобретения исследований) будут очень велики:

- оценка рынка интернет-торговли;
- оценка потребительских предпочтений в сети;
- оценка перспективности развития интернет-торговли сетями FMCG в регионах России;
- общее понимание ситуации на рынке интернет-торговли сетей FMCG.

Потребителями исследования "Интернет-магазины продуктов питания ритейлеров FMCG России" могут являться:

- отделы маркетинга и продаж предприятий, производящих потребительские товары;
- отделы маркетинга и менеджмента торговых сетей FMCG;
- отделы продаж компаний, производящих продукцию для предприятий розничной торговли или предоставляющих услуги розничным сетям.

Отличительными особенностями Исследования "Интернет-магазины продуктов питания ритейлеров FMCG России" являются:

- сравнительный анализ ситуации на рынке интернет-торговли сетей FMCG России и сопоставление его с потребительскими предпочтениями, таким образом, полученные в ходе исследования результаты могут быть использованы для формирования планов по открытию данного формата в исследованных регионах;
- перспективы развития интернет-торговли продовольственными товарами;
- анализ насыщенности интернет-магазинами торговых сетей FMCG в разрезе по городам России.

Кроме Исследования **"Интернет-магазины продуктов питания ритейлеров FMCG России"** ИА "INFOLine" представляет ряд близких по тематике информационных продуктов:

- с 2002 года ИА "INFOLine" предоставляет услугу **"Тематические новости"**, в том числе по тематике **"Торговые сети"**;
- с 2005 года начал выходить ежеквартальный периодический отраслевой обзор **"Торговые сети FMCG"**, количество постоянных подписчиков которого в настоящее время превысило 50 компаний, а периодических потребителей – 200 компаний;
- во II квартале 2008 года агентство выпустило исследование **"Рынок гипермаркетов"**;
- в I квартале 2009 года отраслевой обзор "Торговые сети FMCG" получил название **"Рейтинг торговых сетей FMCG России"**, с периодичностью выхода – один раз в месяц. В данном продукте специалисты ИА "INFOLine" в оперативном режиме отслеживают и публикуют динамику основных показателей (выручка, количество магазинов и торговые площади) по 50 крупнейшим ритейлерам России;
- в 2009 году вышел обзор **"Розничная торговля продуктами питания России 2008-2009 гг. Влияние кризиса"**, в котором проанализированы основные тенденции, текущее состояние и перспективы развития розничной торговли и сетей FMCG в России в 2008 году и январе-мае 2009 года. Охарактеризовано влияние кризиса на развитие сетей FMCG и изменение потребительских предпочтений россиян и проведено сопоставление уровня конкуренции на рынках сетевой и неорганизованной торговли и коммерческой недвижимости в 18 городах и регионах России.
- в мае 2010 года ИА "INFOLine" выпустило масштабное исследование **"Розничная торговля FMCG России"**. В котором сформировано комплексное видение ситуации в розничной торговле Российской Федерации, сопоставить ситуацию на рынках различных регионов, сравнить динамику сетевого ритейла по субъектам РФ и оценить показатели эффективности более 300 торговых сетей FMCG России. Итогом аналитической работы ИА "INFOLine" стало Исследование "Розничная торговля FMCG России".

Динамика основных показателей розничной торговли и онлайн-торговли

На диаграмме ниже представлены показатели динамики интернет-торговли России в 2005-2009 и прогноз ее развития на 2010 год. При этом, стоит отметить, что существует несколько предположений, относительно объемов интернет-торговли России. Так, согласно министру связей и массовых коммуникаций Игорю Щеголеву объем интернет торговли в России в 2009 году составил <...>



<...>

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит описание динамики показателей розничной и онлайн торговли, показатель доли интернет-магазинов сетей FMCG России в общем объеме интернет-торговли России.

Уровень проникновения интернета и динамика аудитории

Одним из важнейших факторов роста объема интернет-торговли является расширение уровня проникновения сети. Поэтому необходимо очертить общую ситуацию на рынке интернет-ресурсов. Для начала проведем обзор присутствия широкополосного доступа в городах России. Повышение уровня обеспеченности ШПД обеспечивает прирост аудитории. Исходя из этого, стоит отметить динамику роста интернет-аудитории в 2008-2009гг., которую можно проследить на основе данных опросов Фонда общественного мнения, проведенных в начале 2010 года. В общем, по итогам 2009 года обеспеченность ШПД на территории России составила *%, при этом с использованием мобильного телефона она составила*%.



Стоит отметить, что из *% населения России, вовлеченного в интернет-коммерцию только *% выбирают, заказывают и оплачивают товары.

Поведение интернет-аудитории, вовлеченной в интернет коммерцию, %



<...>

ДЕМО-ВЕРСИЯ

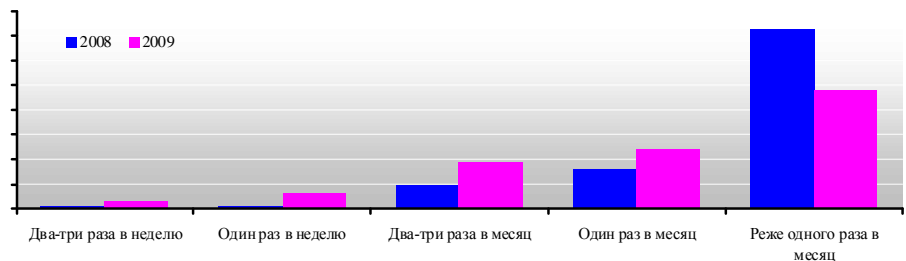
Полный текст раздела содержит динамику роста интернет-аудитории, в том числе по округам России, разделение по половозрастным признакам, описание покупательского поведения интернет-аудитории.

Восприятие интернет-магазинов и онлайн-торговли потребителями

<...>

В 2009 году наблюдалось и значительное повышение частоты совершения покупок: так, почти в два раза (с * до *) увеличилось общее число активных покупателей, совершающих покупки в интернет-магазинах.

Частота покупок в интернет-магазинах 2008-2009гг.



При этом в ближайшее время положительный тренд сохранится, и в 2010 году количество россиян, совершающих покупки в сети продолжит увеличиваться. Об этом свидетельствует тот факт, что в будущем приобретать товары через Интернет планируют *% респондентов (для сравнения: в августе 2008 г. эта цифра составила *%). Количество негативно настроенных по отношению к онлайн-магазинам участников опроса сократилось с *% в 2008 году до *% в 2009 году.

<...>

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит данные по соотношению наиболее покупаемых через интернет-магазины товаров и их динамику за 2008-2009 гг., обзор достоинств и недостатков интернет-торговли применительно к продаже продуктов сетями FMCG России, сравнение популярности интернет-магазинов России за 2008-2009гг..



Сравнительный анализ интернет-магазинов сетей FMCG России

Анализ представленности и популярности интернет-магазинов в регионах присутствия

Несмотря на то, что продовольственные товары занимают далеко не первое место в списке предпочтений интернет-аудитории (*%), в связи с принятием Закона "О торговле" ряд крупных российских ритейлеров с конца 2009 года рассматривает возможность развития онлайн-торговли FMCG. При этом сети FMCG имеют важное преимущество перед онлайн-ритейлерами, не имеющими офлайн-магазинов, так как могут обходить запрет на дистанционную торговлю крепким алкоголем, пробивая чек для покупателя интернет-магазина, в кассе торгового объекта, в котором осуществляется сбор заказа.

По данным ИА "iNFOLine", из 352 опрашиваемых крупнейших российских ритейлеров, только * (*%) сетей имеют собственные интернет-магазины. В частности, X5 Retail Group (торговые сети "Пятёрочка", "Карусель", "Перекресток") имеет 2 непродовольственных интернет-магазина bolero.ru и 003.ru. И лишь * из них, имеют полноценные продовольственные интернет-магазины. * сетей (*%) предоставляют своим покупателям услугу, так называемого "стола заказов", а именно, на сайте имеется каталог товаров с ценами, заказать которые можно по телефону.

<...>

Интернет-магазины российских ритейлеров FMCG

Бренды магазинов	Формат магазина	Интернет-магазин	Юридическое название	Тип интернет-ресурса	Адрес интернет-ресурса	Регион присутствия сети	Регион действия интернет-ресурса
Утконос	Дискаунтер	Интернет-гипермаркет Утконос	Новый Импульс-Центр, ОАО	Интернет-магазин	*	*	Москва, Московская область, Тульская область
...

Источник: данные программы интервью ИА "iNFOLine"

<...>

Одним из важнейших показателей популярности интернет-магазина можно считать его посещаемость, которая, в свою очередь, во многом зависит от популярности сайта, эффективных методов его продвижения. Рассмотрим основные показатели интернет-магазинов сетей FMCG в таблице.

Сравнение популярности интернет-магазинов сетей FMCG России

Торговая сеть	Сайт магазина	Индексация в Яндексе ¹	ТИЦ (Яндекс) ²	PageRank (Google) ³	Наличие в Яндекс-каталоге	Наличие в каталоге Mail.ru
"Утконос"	*	3341	425	5	есть	нет
...

Источник: данные исследования ИА "iNFOLine"

<...>

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит результаты опроса ИА "iNFOLine" 352 ритейлеров FMCG России, информацию по интернет-магазинам, столам заказов продуктов питания, развиваемых торговыми сетями FMCG России, а также их региональную представленность, описание наиболее перспективных регионов развития подобного формата, информация по интернет-запросам интернет-магазинов по регионам и отдельным торговым сетям.

¹ Количество страниц, просканированных Яндексом и отображающихся в поисковой системе

² Тематический индекс цитирования (неограниченная величина), определяющий "авторитетность" интернет-ресурса, связанную с количеством и качеством сайтов, ссылающихся на данный ресурс.

³ Мера "важности" интернет-ресурса (от 1 до 10), вычисляемая поисковой системой Google и определяемая количеством и качеством внешних ссылок на данный ресурс



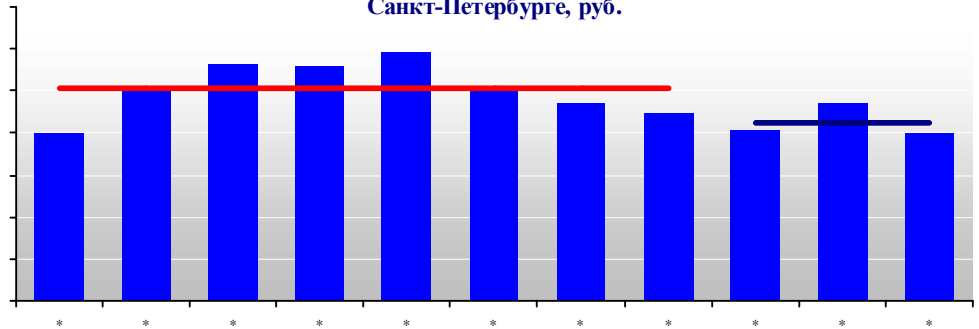
Ценовой анализ интернет-магазинов России

<...>

Цены на пиво "Балтика №3" оказались наиболее высокими в Красноярском крае, однако это обусловлено не столько особенностями ценовой политики сети "Красный Яр", сколько большими логистическими издержками. Цены на пиво "Балтика №3" в офлайн-магазинах оказались ниже цен в интернет-магазинах сетей FMCG и сопоставимы лишь с ценами "дискаунтера" "Утконос".



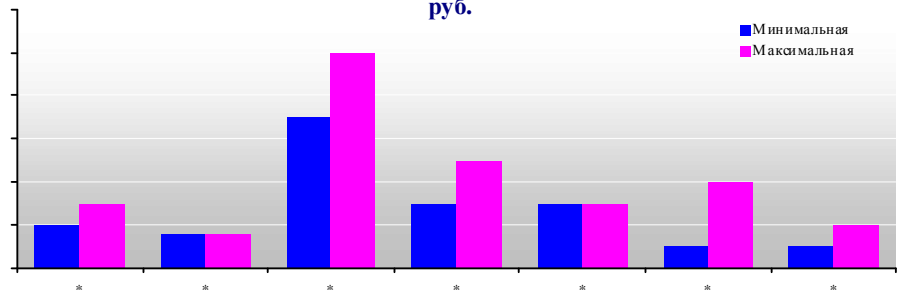
Стоимость пива "Балтика 3" (стеклянная бутылка) в интернет-магазинах сетей FMCG и офлайн-магазинах X5 Retail Group в Санкт-Петербурге, руб.



<...>

Учитывая, что цены в существующих интернет-магазинах отличаются незначительно, определяющим фактором для потребителя становятся предоставляемые услуги. Среди основных услуг можно выделить: наличие интерактивного каталога продукции, наличие формы заказа на сайте, наличие возможности заказа по телефону и наличие услуги по доставке товара на дом. Причем последняя, по исследованиям "РОМИР", имеет решающее значение для *% потребителей. Результаты исследования представлены на диаграмме.

Стоимость доставки товаров из интернет-магазинов сетей FMCG, руб.



<...>

По мнению специалистов ИА "INFOLine", в крупных городах России существует значительный потенциал развития интернет-торговли продуктами питания. На начало 2010 года интернет-магазины существуют лишь в небольшом количестве городов, в то время как их успешная работа и высокий уровень обеспеченности широкополосным доступом в других городах России формирует предпосылки развития интернет-торговли FMCG. Невозможно не учесть тот факт, что в 2009 году доля покупателей продуктов питания через интернет-магазины выросла на *%. Это свидетельствует о росте доверия к интернет-торговле и возрастания потребности в экономии времени и удобству при заказе доставки продуктов питания и других товаров FMCG на дом.

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит описание ценовой политики интернет-магазинов сетей FMCG России, ее обзор по 6 ключевым позициям, сравнение стоимости и условий доставки продуктов



Описание интернет-магазинов сетей FMCG

Интернет-магазин "*" (сеть супермаркетов "*")



Название интернет-магазина: "*" Адрес: * Тел.: * Web: *

Информационная справка

Показатель	Информация
Сайт	*

Внешний вид интернет-магазина *

Год запуска	2007
Ассортимент	Продукты, алкогольная и табачная продукция, сопутствующие товары
Регион действия	*
Форма заказа	По форме на сайте, по телефонам *
Форма оплаты	Наличные деньги, пластиковые карты
Стоимость доставки	-
Условия бесплатной доставки	От 500 руб. по городу
Примечания по заказу	Срок доставки – в течении 1 часа после оформления заказа. При оплате принимаются дисконтные карты сети.
Время работы	9-24
Индексация в Яндексе ⁴	1507
ТИЦ (Яндекс) ⁵	10
PageRank (Google) ⁶	2
Наличие в интернет-каталогах (Яндекс, Mail)	Yandex.ru

<...>

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит подробное описание интернет-магазинов торговых сетей FMCG России.

⁴ Количество страниц, просканированных Яндексом и отображающихся в поисковой системе

⁵ Тематический индекс цитирования (неограниченная величина), определяющий "авторитетность" интернет-ресурса", связанную с количеством и качеством сайтов, ссылающихся на данный ресурс

⁶ Мера "важности" интернет-ресурса (от 1 до 10), вычисляемая поисковой системой Google и определяемая количеством и качеством внешних ссылок на данный ресурс



Перечень графиков и таблиц

Раздел I. Уровень проникновения интернета и динамика аудитории в РФ

Графики

- Обеспеченность услугами ШПД по городам России на 1.1.2010, % населения
- Средняя цена за безлимитный тариф Интернет со скоростью 1 Мбит/с, руб.
- Динамика роста интернет-аудитории (население 18+), млн.чел.
- Интернет-аудитория по регионам России в 2009 году, млн.чел.
- Состав интернет-аудитории по возрасту, лет
- Состав интернет-аудитории по полу
- Деятельность интернет-аудитории, %
- Поведение интернет-аудитории, вовлеченной в интернет коммерцию, %

Раздел II. Восприятие интернет-магазинов и интернет торговли потребителями

Графики

- Зависимость количества покупок и потраченных средств на их приобретение от гендерного фактора
- Частота покупок в интернет-магазинах 2008-2009гг.
- Ответы на вопрос "Собираетесь ли Вы в будущем делать покупки через интернет?"
- Товары и услуги, покупаемые в Интернет-магазинах в 2009 году
- Преимущества покупки товаров в Интернет-магазинах
- Недостатки покупки товаров в Интернет-магазинах
- Товары и услуги покупаемые в Интернет-магазинах
- Услугами каких Интернет-магазинов Вы пользовались в последнее время?
- Сравнение популярности Интернет-магазинов среди пользователей глобальной сети в 2008 и 2009 гг.
- Самые удобные формы оплаты покупок в Интернет-магазинах

Раздел III. Сравнительный анализ интернет-торговли сетей FMCG

Анализ представленности и популярности интернет-магазинов в регионах присутствия

Таблицы

- Интернет-магазины российских ритейлеров FMCG
- Столы заказов российских ритейлеров FMCG
- Сравнение популярности интернет-магазинов сетей FMCG России

Графики

- Представленность сетей FMCG в Интернет, % к общему количеству опрошенных
- Обеспеченность услугами ШПД и Интернет-магазинов сетей FMCG по городам присутствия (цветом города с интернет-магазинами)
- Количество интернет-магазинов и столов заказов сетей FMCG по регионам работы

Ценовой анализ интернет-магазинов России

Графики

- Стоимость сигарет Мальборо в интернет-магазинах сетей FMCG, руб.
- Стоимость чипсов "Lay's" 85 гр в интернет-магазинах сетей FMCG, руб.
- Стоимость сока "J7" 0,39л в интернет-магазинах сетей FMCG, руб.
- Стоимость шоколадного батончика "Snickers" 58 гр в интернет-магазинах сетей FMCG, руб.
- Стоимость пива "Балтика 3" (стеклянная бутылка) в интернет-магазинах сетей FMCG, руб.
- Стоимость йогурта "Активиа Danone" 290 гр в интернет-магазинах сетей FMCG, руб.
- Стоимость доставки товаров из интернет-магазинов сетей FMCG, руб.
- Суммы заказов, при которых доставка из интернет-магазинов сетей FMCG осуществляется бесплатно, руб.

Приложение 1. Описание сети "Утконос"

Таблицы

- Основные показатели форматов сети "Утконос" по состоянию на начало 2010 года

Графики

- Динамика торговой площади сети "Новый импульс" в 2005-2009 гг.
- Динамика количества магазинов сети "Новый импульс" по форматам в 2005-2009 гг.
- Количество торговых объектов сети "Утконос" по регионам присутствия по состоянию на 1 января 2010 года
- Структура торговых площадей сети "Утконос", по регионам присутствия, на 1 января 2010 года
- Динамика чистой выручки сети "Новый импульс" в 2005-2009 гг., млрд. руб.
- Представленность частных марок в сети "Утконос" в 2008-2009 гг., кол-во SKU

Информация о продуктах ИА "INFOLine"

"Рейтинг торговых сетей FMCG РФ: апрель 2010 года"

Дата выхода: 08.05.2010

Кол-во страниц: 88

Сделать заказ: [Заказать](#)

Доставка: [Здесь](#)

Цена: 5900 руб.



«Рейтинг торговых сетей FMCG РФ: апрель 2010 года» – информационно-аналитический периодический продукт, содержащий оперативную, статистическую и аналитическую информацию о российском розничном рынке и торговых сетях FMCG РФ.

Обзор "Интернет-магазины продуктов питания ритейлеров FMCG России"

Дата выхода: 21.05.2010

Кол-во страниц: 32

Сделать заказ: [Заказать](#)

Цена: 17700 руб.



Отраслевой обзор "Интернет-магазины продуктов питания ритейлеров FMCG России" структурированную информацию о развитии интернет-торговли продуктами питания, общей структуре интернет-торговли России, состоянии интернет-торговли в сегменте FMCG, интернет-аудитории и потребительских предпочтениях. В данном исследовании также содержатся: подробная информация по работе, условиям предоставления заказов и показателям популярности интернет-ресурсов 9 торговых сетей FMCG России, аналитическая информация о развитии интернет-магазинов, организованных сетями FMCG России.

Исследование "Розничная торговля FMCG России"

Дата выхода: 17.05.2010

Количество страниц: 500

Язык отчета: русский

Способ предоставления: в электронном виде

Цена: 1180000 руб.



Исследование "Розничная торговля FMCG России" содержит комплексный анализ ситуации в розничной торговле FMCG России в 2008-2009 гг. Результаты Исследования развития потребительского рынка, торговой недвижимости и торговых сетей в регионах позволили специалистам ИА "INFOLine" сформировать комплексное видение ситуации в розничной торговле Российской Федерации, сопоставить ситуацию на рынках различных регионов, сравнить динамику сетевого ритейла по субъектам РФ и оценить показатели эффективности более 300 торговых сетей FMCG России. Итогом аналитической работы ИА "INFOLine" стало Исследование "Розничная торговля FMCG России".